







Dalam struktur tersebut masyarakat desa dapat saling berkoordinasi dari manager produksi yang memiliki tugas sebagai bagian yang memproses dan mengolah bahan mentah menjadi bahan olahan dengan dibantu dari para anggota yang berada dibawahnya tentunya. Setelah selesai dari bahan pengolahan baru menuju bagian *packing* yang bertugas sebagai pengemas produk yang sudah selesai diolah sehingga siap untuk dipasarkan. Setelah selesai di bagian pengemasan maka dilanjutkan pada bagian marketing. Yakni bagian yang bertugas memasarkan hasil produk olahan.

Dalam pemasaran tersebut ada dua proses, yaitu secara offline dan secara online. Dalam pemasaran secara offline para pekerja memasarkan dengan cara lama yang masyarakat desa kerjakan sejak dari dahulu yakni dengan cara membawa produk dari satu rumah ke rumah yang lain. Sedangkan cara pemasaran yang kedua adalah dengan cara pemasaran online. Masyarakat desa dalam memasarkan produknya sudah lebih *kekinian* dalam memasarkan produknya. Untuk sementara masyarakat desa masih bisa mengoprasionalnkan media sosial Facebook. Hal ini disebabkan karena anggota dari marketing masih gagap dengan teknologi.

Merubah mindset masyarakat Desa Kedung Peluk dalam peningkatan ekonomi melalui aset yang dimiliki berupa olahan ikan hasil tambak, sudah direalisasikan oleh pemiliknya yang nantinya akan dirasakan sendiri pemanfaatan yang sudah dilakukam dari pengelolaan ikan. Berdasarkan dalam FGD







